

Prácticas de responsabilidad social en empresas de servicios del Valle del Cauca, Colombia

Practices of social responsibility in companies of services of the Valle del Cauca, Colombia.

AGUDELO, Beatriz E.¹

CAJIGAS, Margot²

TORRES, María E.³

Resumen

El propósito del artículo es identificar las prácticas de responsabilidad social (RS) y su impacto en los colaboradores en siete empresas del sector servicios del Valle del Cauca; y determinar el monto de los beneficios tributarios obtenidos por acciones de RS durante los años 2008 - 2012. Se aplicaron dos encuestas estructuradas, que permitieron evidenciar en las organizaciones la implementación de estrategias orientadas a lograr el desarrollo personal y profesional de su personal, y la ausencia de una planeación tributaria.

Palabras clave: prácticas, impacto, responsabilidad social, beneficio tributario.

Abstract

The purpose of the article is to identify social responsibility (RS) practices and their impact on employees in seven companies in the services sector of Valle del Cauca; and determine the amount of tax benefits obtained by RS shares during the years 2008 - 2012. Two structured surveys were applied, which allowed organizations to demonstrate the implementation of strategies aimed at achieving the personal and professional development of their staff, and the absence of tax planning.

Key words: practices, impact, social responsibility, tax benefit.

1. Introducción

El tema de la Responsabilidad Social (en adelante RS) se ha vuelto de gran importancia para la mayoría de las organizaciones, conscientes de cómo repercuten positivamente estas prácticas en los stakeholders y en la imagen corporativa. Sin embargo, muchas de ellas no tienen claro lo que es la RS y aún la confunden con filantropía, mercadeo social, publicidad corporativa, entre otras acepciones.

Las organizaciones conciben la RS como una forma de mejorar, fortalecer o promover su imagen corporativa y reputación, por lo que sus esfuerzos van encaminados a comunicar a los agentes externos lo que hacen en RS, olvidando su público interno, quien posibilita que la organización actúe como ciudadano corporativo que vive en

¹ Profesora asistente de la Facultad de Ciencias de la Administración. Universidad del Valle, Cali - Colombia. beatriz.agudelo@correounivalle.edu.co.

² Profesora titular de la Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Autónoma de Occidente, Cali - Colombia. Catedrática de la Universidad Nacional de Colombia. mcajigas@uao.edu.co.

³ Profesora asociada de la Facultad de Ciencias Empresariales. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Cali - Colombia. Profesora investigadora medio tiempo de la Universidad Libre, Cali - Colombia. mtorres@unicatolica.edu.co.

y para la comunidad. Tomando el término de RS como una filosofía donde toda la organización debe pensar, actuar y ser socialmente responsable, es importante que su público interno forme parte de los programas y prácticas y asuma esta filosofía desde las funciones que le corresponde desempeñar, es aquí donde se convierte en prioridad no solo la comunicación interna de la RS sino también el análisis de su impacto, especialmente en los colaboradores; que cuando perciben a sus organizaciones como ciudadanos responsables, encuentran mayor significado y propósito en el trabajo, reflejándose en niveles más altos de compromiso (Chaudhary, 2019). Así mismo, se evidencia que las percepciones de los empleados en relación a la RS inducen un afecto positivo al trabajo que resulta en un mayor compromiso y desarrollo de la creatividad (Abdelmotaleb, Metwally, & Saha, 2018).

A partir del impacto que las prácticas de RS ejercen en los colaboradores, quienes son en última instancia los que mejoran los procesos, generan valor al cliente externo y fortalecen la imagen de las empresas, se justifica la realización de un proyecto de investigación que aborde el tema, estudio del cual deriva este artículo, en el cual el impacto científico viene dado por el aporte de evidencias empíricas acerca de la puesta en marcha y difusión de las prácticas de RS en las empresas de servicios. Su consecuente impacto social se refleja en la identificación de dichas prácticas y de los aportes a la RS que determinan beneficios tributarios para las empresas; lo anterior permite a la gerencia realizar los cambios necesarios para que el ejercicio de la RS tenga una visión holística que involucre a todos los stakeholders, no solo para generar valor sino para racionalizar los beneficios derivados de una gestión responsable.

1.1. Marco teórico

En este apartado se abordan cuatro ejes conceptuales: RS, pacto global, impacto de la RS en los empleados y relación entre la RS y el desempeño financiero de la organización.

1.1.1. Conceptualización y teorías de la Responsabilidad Social

En sus inicios, los propietarios de los grandes emporios dimensionaron a la RS como una forma de paternalismo y una estrategia para contrarrestar las críticas por la explotación de sus trabajadores y por sus prácticas monopólicas. Así, la RS inicia su desarrollo como una práctica orientada hacia la filantropía, impulsada por los dueños de las empresas para equilibrar los objetivos económicos y sociales. Después de la segunda guerra mundial, y como una forma de contrarrestar al comunismo soviético, los empresarios utilizaron a la RS como estrategia que permitiría alinear los intereses organizacionales con la defensa del capitalismo del libre mercado. Es así como esta visión convencional de la RS que se hace efectiva con mayor énfasis a partir de la década del 60, implica la atención a los diversos stakeholders y no sólo a los accionistas; desarrollando prácticas sociales altruistas en beneficio principalmente de los menos favorecidos. En los 80's surge un nuevo paradigma que lleva a conceptualizar la RS como una forma de gestión para enfrentar los nuevos desafíos, como la globalización, la internacionalización de la economía, el daño del medio ambiente y los escándalos derivados de los fraudes empresariales (Volpentesta, 2016).

En la actualidad, el tema de la RS se nutre de las investigaciones de los diversos teóricos y de las iniciativas de organismos internacionales como Organización de las Naciones Unidas ONU (pacto mundial), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Centro de Información sobre Empresas y Derechos Humanos (CIEDH), Corporate Social Responsibility de la Comisión Europea (libro verde), Foro para la Evaluación de la Gestión Ética Forética, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), El Instituto Ethos de Brasil, Acción RSE de Chile, Corporación Fenalco Solidario Colombia, entre otros (Abenaza, Ayuso, & Soto, 2018).

A continuación, se presentan algunas de las definiciones de Responsabilidad Social, las cuales reflejan su complejidad en la medida que cada uno de los teóricos del tema se apoyan en paradigmas diferentes, a través de los cuales basan su análisis.

Cuadro 1
Definiciones de RS

Autor (es)	Definición
Friedman (1962 citado por (Bour, 2012).	"Doctrina fundamentalmente subversiva de una sociedad libre, pues en esta sociedad, las empresas tienen una única responsabilidad social – emprender actividades con el fin de aumentar sus beneficios, respetando las reglas del juego –" (pág. 9).
Davis (1967 citado por (Moura-Leite & Padgett, 2014).	La RS va más allá de acciones de ayudas de personas a personas, ella es formada por acciones institucionales y afectan todo sistema social.
(Manne & Wallich, 1972).	"Para calificar una acción corporativa como socialmente responsable, debe ser aquella para la cual los retornos marginales a la empresa sean menores que los retornos disponibles de algún gasto alternativo y debe ser puramente voluntario" (pág. 1-2).
Carroll (1979 citado por (Portales & García de la Torre, 2009).	El desempeño socialmente responsable se caracteriza a partir de la evaluación de cuatro categorías: económica, legal, ética y discrecional.
Carroll (1991 citado por (Mozas & Puentes, 2010).	La responsabilidad social de la empresa implica el deber de obtener un beneficio, obedecer la ley, ser ético y ser un buen ciudadano.
(Mohr, Webb, & Harris, 2001).	El compromiso de una empresa por reducir al mínimo o por eliminar los efectos nocivos, y maximizar su efecto beneficioso a largo plazo en la sociedad.
(Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, 2003).	"Filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas" (pág. 4).
(Correa, Flynn, & Amit, 2004).	"Forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente" (pág. 15).
(Vives, 2013).	"Es la parte de la gestión empresarial que comprende el conjunto de prácticas responsables, adaptadas al contexto empresarial y económico, que respaldan el logro de la sostenibilidad financiera, social y ambiental de la empresa" (pág. 24).

Fuente: elaboración propia a partir de Friedman (1962 citado por Bour, 2012), Davis (1967 citado por Moura-Leite y Padgett, 2014), Manne y Wallich (1972), Carroll (1979 citado por Portales y García de la Torre, 2009), Carroll (1991 citado por Mozas y Puentes, 2010), Mohr, Webb y Harris (2001), Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria y Caravedo (2003), Correa, Flynn y Amit (2004) y Vives (2013).

A partir de lo anterior, se evidencia que la Responsabilidad Social se centra en promover buenas prácticas organizacionales para dar cuenta de su compromiso por el bienestar de la sociedad (públicos internos y externos) y el adecuado uso de los recursos ambientales.

A continuación, se presentan las teorías de la Responsabilidad Social que tienen cuatro elementos en común: legitimidad, referida al conjunto de valores que permean la forma en que se asume la RS; orientación, que guía las decisiones de la alta gerencia para ser consideradas como socialmente responsables; regulación, normas a aplicar para dinamizar la RS; y actuación, acciones de la empresa hacia su medio (Melé, 2007).

Cuadro 2
Teorías de la RS

TEORÍA GENERAL	CARACTERÍSTICAS	TEORÍAS DERIVADAS
Teorías instrumentales	Dimensionan a la RSE como “una herramienta estratégica para alcanzar los objetivos económicos y, en última instancia, la creación de riqueza a través de la realización de actividades sociales” (Garriga y Melé, 2004, p. 53 citados por (Alvarado, 2008, pág. 51).	Maximización del valor de los accionistas; estrategias para lograr ventajas competitivas; marketing relacionado con alguna causa.
Teorías políticas	Enfoque en las relaciones entre las empresas y la sociedad, y en el poder de éstas y su correspondiente responsabilidad (Garriga y Melé, 2004 citados por (Alvarado, 2008, pág. 52). Las empresas hacen contribuciones a la sociedad a través de su inversión social y su implicación en políticas públicas (Melé, 2007, pág. 62).	Teoría del constitucionalismo corporativo; Teoría integradora del contrato social; ciudadanía corporativa.
Teorías integradoras	Consideran que la responsabilidad de la empresa se extiende más allá de obtener beneficios para los accionistas, pues existen otros grupos que son afectados por la actividad de la empresa y de los cuales depende su existencia (Garriga y Melé, 2004 citados por (Alvarado, 2008).	Gestión de asuntos sociales; principio de responsabilidad pública; gestión de stakeholders; desempeño social corporativo.
Teorías éticas	Sostienen que “los requerimientos éticos son los que cimentan las relaciones entre las empresas y la sociedad” (Garriga y Melé, 2004, pág. 60 citados por (Alvarado, 2008, pág. 54). Dentro de sus objetivos se encuentran la creación de valor sostenible para todos; transparencia, legitimidad y bien común (Volpentesta, 2016, pág. 8).	Teoría normativa de los stakeholders; derechos humanos; desarrollo sostenible; enfoque del bien común.

Fuente: elaboración propia a partir de Melé (2007), Alvarado (2008) y Volpentesta (2016).

1.1.2. Pacto global

El 31 de enero de 1999, él en ese entonces Secretario General de la ONU, Kofi Annan, lanzó en Davos, a las empresas de todo el mundo, la idea de un pacto mundial, orientado a asumir la responsabilidad social. Este pacto empezó a operar desde julio de 2000, cuando Anann formalizó el llamado a los líderes y directivos de las diversas organizaciones del mundo, a que se unieran al objetivo de sincronizar la actividad y las necesidades de las empresas con los principios y objetivos de la acción política e institucional de las Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y de la propia sociedad civil. La vinculación al pacto es voluntaria y no es una herramienta de control ni una norma. El fundamento de este pacto es el de generar una dinámica de colaboración mutua para eliminar los vicios subyacentes en las prácticas empresariales que atentan contra el bienestar de las personas y la dignidad humana. El pacto mundial incluye diez principios: derechos humanos (I, II), normas laborales (III, IV, V, VI), medio ambiente (VII, VIII, IX) y anticorrupción (X) (Pacto Mundial Red Española, 2017); los cuales son relevantes para esta investigación, puesto que además de ser la base desde donde las organizaciones deben focalizar sus acciones, actividades y estrategias de divulgación ante los grupos o comunidades involucradas; sirvieron de fuente para establecer las dimensiones a evaluar en las organizaciones participantes.

1.1.3. Impacto de la RS en los empleados

La Responsabilidad Social debe ser entendida como una forma de gestión organizacional a partir de la cual se atienden las demandas sociales realizadas por los diversos stakeholders, para generar valor y por ende ventaja competitiva, así como lo evidencia Primolan (2004 citado por (Peña, Serra, & Cardona, 2017) cuando plantea que “una empresa socialmente responsable contribuye a la estabilidad social del medio ambiente que lo rodea y su imagen cívica se convierte en un factor diferenciador en el mercado competitivo” (pág. 120). Sin embargo, muchas organizaciones a nivel latinoamericano, aunque tienen claro el concepto de RS, aún lo dimensionan como el cumplimiento en forma ética de las normas legales establecidas por los Estados, y no como acciones complementarias que permiten retribuir a la sociedad, la sostenibilidad en el mercado. Tal es el caso de algunas

empresas colombianas pertenecientes al sector turismo, en las que se encuentra que, aunque identifican el concepto, la claridad con que ha sido asimilado es muy baja (Peña, Serra, & Cardona, 2017). Otras pertenecientes al sector productivo llevan a cabo acciones relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo, el manejo de residuos y la atención al cliente, pero que son de obligatorio cumplimiento y por tanto no corresponden a actividades de RS (Cantillo & Toledo, 2017).

Dado que la RS implica que las organizaciones sean ciudadanas responsables a partir de la puesta en marcha de acciones que permitan lograr la sostenibilidad económica, social y ambiental, se encuentran investigaciones empíricas que evidencian que entre las prácticas de RS realizadas por las empresas y que más valoran los colaboradores están: “proporcionar buenos salarios y seguro de salud; crear un ambiente de trabajo seguro y saludable; ser justo y honesto con los empleados; proteger los datos del consumidor y su privacidad; y proporcionar buenos servicios al consumidor y soporte” (Huang & Ming To, 2018, pág. 2870).

Otras prácticas comunes son las relacionadas con el producto y el servicio como etiquetado de productos y detalles del servicio; certificaciones de calidad; las que tienen que ver con la sociedad como participación activa del cliente; inclusión de grupos según género, etnia y proveedores locales; donaciones y apoyo local en programas de salud y culturales; y las relacionadas con el ambiente, tales como uso de productos orgánicos, cuidado del agua y reciclaje (Flores & Gaytán, 2018). Así mismo, Galego, Formigoni & Pompa (2014) identifican en una muestra de empresas brasileiras de diversos sectores económicos, las prácticas que realizan clasificadas en cuatro grupos. El primero de ellos corresponde a las prácticas laborales y el trabajo decente, en el cual se destacan las operaciones de comercio unido; el compromiso con todos los agentes de la cadena de valor; reducción de la inequidad de género y raza; y proveer trabajos con remuneración que asegure un adecuado estándar de vida para los empleados y sus familias; el segundo es la responsabilidad relacionada con los productos, siendo la práctica más relevante la información que se brinda sobre la seguridad de los productos; el tercer grupo abarca las prácticas ambientales, entre las que se distinguen inversión en tecnología para lograr procesos de producción más limpios y reducción del impacto ambiental; y el cuarto grupo corresponde a las prácticas orientadas a la comunidad, entre las que están combatir la corrupción.

En el ámbito nacional se encuentra que “si bien las pymes están familiarizadas con ciertas actividades de RSE, aún están lejos de entender los verdaderos alcances y significado de la RSE” (Giraldo, Kammerer, & Ríos, 2016, pág. 130). Así mismo, se evidencia que estas organizaciones realizan acciones asociadas a prácticas laborales, medio ambiente y prácticas justas de operación; pero a su vez deben incluir dentro de sus prácticas cotidianas elementos de gobernanza, derechos humanos y participación activa y desarrollo de la comunidad.

Otro aspecto que es igualmente importante y que corresponde al objeto de estudio de esta investigación es el impacto que las prácticas de RS tiene en los colaboradores; encontrando que la participación de los empleados en actividades de RS resulta en una mayor motivación, en un sentido de cuidado y de compartir que genera mayor satisfacción laboral, lealtad de clientes y empleados, lo que se traduce en mejor desempeño financiero y menor rotación (Sharma & Mishra, 2019). Adicionalmente, se evidencia que las prácticas de RS tienen un impacto en la satisfacción de los clientes externos e internos (empleados), asegurando así un vínculo estrecho con estos; que resulta en un mayor compromiso reflejado en tres factores clave: identificación, membresía y lealtad (Hernández & Castro, 2015). A nivel nacional, se encuentran investigaciones en sectores como la construcción en las que se concluye que aunque las empresas dirigen sus esfuerzos hacia sus trabajadores, es mayor la relevancia que le dan a los accionistas y a los clientes, desconociendo la importancia que tienen los primeros en la divulgación y fortalecimiento de la imagen corporativa (García, Guzmán, & Mendoza, 2017).

1.1.4. Relación entre la RS y el desempeño financiero de la organización

Las prácticas de RS no solo tienen un impacto en los colaboradores; también es importante analizar su incidencia en el desempeño financiero de la organización; que debe administrar sus ganancias de manera ética, brindando

transparencia a la sociedad, tal como se evidencia en algunas investigaciones al plantear que la comunicación de las prácticas de RS incide negativamente en el apalancamiento financiero y la rentabilidad de la empresa; y a su vez obliga a los gerentes a administrar las ganancias (manipular la información contable) de manera que se puede incrementar el riesgo de las auditorías (Salehi, Tarighi, & Rezanezhad, 2019). Generalmente las empresas que están más comprometidas con la RS, no manipulan dicha información, pues la consideran una práctica objetable y por ende, generan estados financieros de mayor calidad; fomentado así las relaciones con las partes interesadas a largo plazo en lugar de maximizar su beneficio a corto plazo (Gras-Gil, Palacios, & Hernández, 2016). Así mismo, se evidencia que la implementación de un buen gobierno corporativo (BGC) y de prácticas de RS tienen un efecto positivo en el desempeño financiero y la gestión de ganancias. El BGC garantiza a través de la supervisión que la alta dirección genere información contable confiable actuando en beneficio de todas las partes interesadas, y la RS contribuye a mejorar la imagen corporativa atrayendo inversión (Mahrani & Soewarno, 2018).

Otros estudios empíricos registran la existencia de una relación neutral entre la RS y el desempeño financiero, lo cual quiere decir que la realización de acciones de RS no significa peores resultados económicos para las empresas; por el contrario, proporcionan ventajas competitivas, relacionadas con mejoras en gestión: - competitividad, clima, productividad, satisfacción, motivación, eficiencia, rentabilidad- y en marca y visibilidad: -reputación, lealtad- (Madorrán & García, 2016) (Gémar & Espinar, 2015).

Al analizar las dimensiones de la RS que más afectan el desempeño o rentabilidad financiera de la empresa se encuentra que es necesario dedicar recursos a la gestión de los sistemas de seguridad y salud ocupacional que permita prevenir y minimizar riesgos, por su incidencia directa en la productividad, el desempeño y los indicadores financieros (Jiménez, 2017). Así mismo, es necesario redoblar los esfuerzos en la puesta en marcha de actividades de RS que integran las dimensiones sociales y éticas; teniendo como principal actor a los colaboradores con miras a lograr un mayor posicionamiento estratégico, mejoras en la eficiencia empresarial y una mayor adaptación a la dinámica del entorno. Dichas actividades no solo generan beneficio económico, también reportan una mejor reputación con los diferentes grupos de interés que se traduce en crecimiento sostenible (Valenzuela, Jara-Bertin, & Villegas, 2015).

Finalmente, se concluye que en la actualidad son más las investigaciones que evidencian una relación positiva entre la RS y el desempeño financiero que las que destacan una relación negativa; enfatizando una relación dual entre ambas variables, pues un buen desempeño financiero permite implementar acciones de RS, que a su vez generan rentabilidad por las ganancias en la reputación y la reducción de riesgos (Gómez, 2008).

2. Metodología

El diseño metodológico de este estudio utiliza un enfoque cuantitativo haciendo uso de los procedimientos de la investigación descriptiva que permitió abordar las especificidades de las organizaciones participantes y establecer no solo el impacto de las prácticas de RS en los colaboradores, sino también la contribución económica que se destina a desarrollar dichas prácticas, durante los años 2008-2012.

El estudio se ubica en este periodo debido a que las tres reformas tributarias realizadas en este lapso, impactaron en los siguientes frentes: primero, la reducción del 40% al 30% para la deducción en renta de las inversiones en activos fijos productivos en el 2009 y la eliminación de la deducción para inversiones en el 2010; segundo, el cambio significativo al impuesto del patrimonio; tercero, la eliminación progresiva del 2 x 1000 en el 2014, el 1 x 1000 en el 2016 y el cual desaparecería en el 2018 pero que a la fecha permanece con una tarifa del 4 x 1000; cuarto, la ampliación de la base gravable; y finalmente, la creación del impuesto sobre la renta para la equidad (CREE), aporte que deben realizar las sociedades y personas jurídicas y asimiladas al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF.

Las organizaciones participantes en el estudio fueron seleccionadas utilizando un muestreo no probabilístico por conveniencia, siendo en total 7 empresas grandes y medianas ubicadas en el departamento del Valle del Cauca; de las cuales, cuatro (4) son organizaciones IPS (Instituto de Prestación de Servicios en Salud); dos (2) organizaciones dedicadas a la prestación de servicios integrales como: salud, recreación, vivienda, servicios bancarios, entre otros y una (1) dedicada a la prestación de los servicios públicos de agua, energía, acueducto, alcantarillado e internet.

Cabe aclarar que el apartado del análisis de los beneficios tributarios obtenidos por acciones de RS durante los años 2008 – 2012 solo se realizó a 5 de las 7 empresas participantes, debido a que no fue posible acceder a la información tributaria de dos de ellas.

El trabajo de campo consistió en la aplicación de dos encuestas estructuradas, que surgieron a partir de la revisión teórica sobre las concepciones claves de la responsabilidad social como los orígenes, las teorías, las normas y los principios del pacto mundial; y las discusiones grupales realizadas. La primera encuesta aplicada en forma presencial a las personas que tenían a cargo el área o las actividades de RS, que se diligenció en copia dura con el fin de identificar las prácticas de RS y la contribución económica destinada a éstas; y la segunda encuesta aplicada a los empleados de las organizaciones participantes, en la cual ellos mismos se encargaron de identificar las acciones planeadas por su organización en el campo de la RS, dirigidas al público interno y expresaron los efectos que ellos vivenciaron a partir de dichas acciones.

Dichas encuestas contienen preguntas de opción múltiple y dicotómicas (sí o no), que permitieron conocer aspectos relacionados con las prácticas de RS realizadas por las organizaciones participantes, los rubros destinados a éstas y su impacto en los colaboradores; tal como aparece en el Cuadro 3, en el cual se presentan las dimensiones, sus correspondientes variables y el nivel de medición de cada variable. Adicionalmente se analizaron los informes de gestión y cuantificaron los aportes realizados por las empresas a la RS y se relacionaron con las normas del estatuto tributario, que involucra descuentos tributarios por conceptos relacionados, lo cual permitió establecer la relación costo beneficio. Dicha información fue sistematizada y se aplicaron análisis descriptivos.

Una vez obtenida la información, se procedió a realizar el análisis descriptivo mediante el software Excel y SPSS, el cual permitió hallar frecuencias según las opciones de respuestas dadas, estableciendo en primer lugar el tipo de prácticas de RS que las organizaciones objeto de estudio llevan a cabo y la contribución económica a su desarrollo; y en segundo lugar, identificar qué efecto tienen dichas prácticas en su público interno, es decir, los colaboradores. Seguidamente se presentan los hallazgos respecto a las prácticas de RS realizadas y su impacto en los colaboradores integrantes de las organizaciones participantes, y la contribución económica a la RS vs los descuentos tributarios.

Cuadro 3
Variables incluidas en las encuestas

IMPACTO RESPONSABILIDAD SOCIAL SOBRE LOS COLABORADORES							
DIMENSIÓN	Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad		Gestión participativa	Relaciones con los sindicatos	Política de remuneración, beneficios y carrera		Compromiso con el porvenir de los niños
VARIABLE	Capacitación	Código de ética	Participación de los colaboradores	Libertad de asociación	Reconocimientos e incentivos	Plan de carrera	Condiciones de contratación de menores de edad
NIVEL DE MEDICIÓN	Intervalo	Nominal	Intervalo	Intervalo	Intervalo	Nominal	Intervalo
DIMENSIÓN	Cuidados con salud, seguridad y condiciones de trabajo		Valorización de la diversidad		Comportamiento frente a dimisiones	Preparación para jubilación	
VARIABLE	Calidad del puesto y sitio de trabajo	Salud ocupacional	Políticas de no discriminación	Políticas que promueven la equidad en la participación de hombres y mujeres	Retención de empleados	Programas de jubilación complementaria	
NIVEL DE MEDICIÓN	Nominal	Intervalo	Nominal	Nominal	Nominal	Nominal	
CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL							
DIMENSIÓN	Aportes a la RS						Descuentos tributarios
VARIABLE	Beneficiarios de los aportes a la RS	Proporción de aportes destinados a actividades de RS	Proporción de ventas destinadas a actividades de RS	Proporción de utilidades operacionales destinadas a actividades de RS	Aporte anual destinado a actividades de RS	Plan estratégico incluye los aportes para RS	Descuentos obtenidos por aportes hechos como RS
NIVEL DE MEDICIÓN	Intervalo	Ordinal	Ordinal	Ordinal	Ordinal	Nominal	Ordinal

Fuente: elaboración propia a partir del instrumento utilizado en el 2015 en el proyecto de investigación.

3. Resultados

Se presentan los resultados obtenidos en relación a la identificación de los impactos que generan las prácticas de RS realizadas por las empresas participantes sobre el público interno, a partir de la percepción de los mismos empleados. Así mismo, se muestra la relación de los aportes económicos a la RS que realizan dichas organizaciones y los beneficios tributarios obtenidos a la luz de la normatividad colombiana.

3.1. Impacto en los colaboradores

A partir de la aplicación de una encuesta a los empleados de las 7 organizaciones participantes, se lograron identificar las acciones planeadas por su organización en el campo de la RS, dirigidas al público interno y así mismo, expresaron los efectos que ellos vivenciaron a partir de dichas acciones.

En relación con el compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad, las empresas brindan programas de capacitación no solamente en el área de trabajo, sino también para abordar otros

conocimientos. Además existe en la mayoría, alrededor del 90% un código de ética, el cual se aplica en el 87% de las organizaciones. Adicionalmente, los colaboradores sienten que se han presentado impactos internos que afectan favorablemente los siguientes ámbitos: la persona (habilidades comunicativas, laborales, actualización conceptual, crecimiento personal); la organización (mejor clima laboral y desempeño laboral, resolución de conflictos, compromiso, responsabilidad, motivación y mejores relaciones interpersonales); y el entorno, en relación a una mejor atención al cliente.

Al indagar acerca de la gestión participativa, los empleados encuestados opinan que el medio más aprovechado por las organizaciones para incentivar la participación de los colaboradores y acoger sus sugerencias es la realización de reuniones periódicas. Las acciones realizadas en este ámbito han conllevado a mejoras significativas en relación al clima laboral y a la participación mediante la implementación de intranet y realización de encuestas virtuales.

Respecto de las relaciones con sindicatos (libertad de participación en grupos autónomos) solamente el 12% de los empleados expresan que tienen libertad para participar en los sindicatos. Las dos formas más frecuentes de participación libre que manifiestan tener los empleados a su disposición son los fondos de empleados y los grupos deportivos y culturales. Así mismo, las empresas llevan a cabo programas de salud mental, brigadas, danzas, y han instaurado comités de convivencia.

Por otra parte, cuando se les pregunta a los empleados sobre la política de remuneración, beneficios y carrera, la mayoría de ellos manifiesta que existen programas de reconocimientos, tales como auxilios, bonificaciones y realización de actividades especiales con la familia. Sin embargo, plantean que con menor frecuencia se brindan incentivos tales como educación y auxilios funerarios; y que solo el 50% de las organizaciones tienen establecido un plan de carrera. Igualmente, algunos empleados se han visto favorecidos con auxilios de alimentación, becas, días compensatorios y viajes; y se destaca la realización de actividades deportivas y programas de desarrollo de líderes.

Al analizar la variable cuidados con salud, seguridad y condiciones de trabajo se identificó que las empresas participantes realizan programas para mejorar el ambiente de trabajo, programas de desarrollo para mejorar la salud de la mujer, programas de salud ocupacional y programas para evitar la obesidad; realizan charlas con las administradoras de riesgos profesionales, pausas activas, brigadas de salud, nutrición y vacunación; cuentan con brigadas de seguridad y comités preventivos de salud; promueven el uso de herramientas adecuadas para cada tarea, mejorando las condiciones físicas y logísticas del trabajo; y algunas están certificadas en la norma ISO 9001, involucrando al personal en la gestión de la calidad y a través de las auditorías realizadas por Bureau Veritas.

Al abordar la valoración de la diversidad, el 42% de los empleados no sabe si la empresa tiene un programa de no discriminación y el 40% manifiesta que no existe tal programa. Por su parte, el 39% manifiesta que la organización promueve la equidad de género en los cargos y el 61% no sabe si ésta se promueve. Es de resaltar que en este ítem los empleados no manifestaron la existencia de algún impacto por la realización de tales programas.

Respecto del compromiso con el porvenir de los niños, se encontró que las empresas no contratan menores de edad, excepto en el caso de los contratos de aprendizaje, que se dan en el 19% de las organizaciones.

Al analizar la variable comportamiento frente a dimisiones, se encuentra que el 51% de los empleados manifiesta que existen programas para retención de los empleados y el 49% dice que no existen; destacando que no perciben un impacto directo por la realización de dichos programas.

En relación a la preparación para la jubilación, el 51% de los empleados manifiesta que existen programas y el 49% que no existen. Así mismo, el 76% manifiesta que no se involucran a los familiares en este tipo de programas, y ninguno de los empleados hizo alusión a la existencia de algún tipo de impacto.

3.2. Relación costo – beneficio tributario

Los hallazgos de este apartado se obtuvieron gracias a la aplicación de la encuesta a solo 5 empresas de las 7 participantes ubicadas en la ciudad de Cali. En primera instancia se muestra la contribución económica a la RS de estas empresas; y en segundo lugar se presenta la relación de aportes a la RS y los beneficios tributarios obtenidos a la luz de la normatividad colombiana, destacando que los datos fueron extraídos de los informes de sostenibilidad publicados y de acceso público de las empresas participantes.

3.2.1 Contribución económica a la responsabilidad social

El 57,1% de las organizaciones no hace aportes a la RS; el 28,6% lo hace a través de centros de investigación, redes y desarrollos propios; y el 14,3% lo hace a través de otros medios. Cabe resaltar que dentro del 57,1% se encuentra una entidad que es del sector solidario y por su naturaleza no puede destinar recursos a asuntos diferentes a su objeto social. Las actividades a las cuales son destinados los aportes económicos en RS están representadas en un 22% en actividades diversas; el 18% en educación de sus empleados y familiares; otro 18% en aspectos ambientales; el 16% en brigadas de salud; un 15% en campañas de prevención y un 11% en fiestas especiales.

Al indagar sobre el porcentaje destinado de sus ventas a la RS se encontró que el 16,6% de las organizaciones destina entre 0,05% y 1%; el 33,3% destina entre 1% y 2%; y un 16,6% manifestó que destina el 16%. Se resalta que a juicio del equipo investigador, el último dato parece alto. De igual manera, se averiguó sobre el porcentaje de aporte a la RS del total de sus utilidades operacionales, encontrando que el 16,6% de las organizaciones destina entre 2% y 3%; un 16,6% expresa que no realiza aportes de este rubro; y un 16,6% de las organizaciones aporta el 16% de las utilidades operacionales; considerándose este último dato poco confiable por el rubro alto que representa en comparación con las otras empresas.

Al preguntar sobre la cifra destinada anualmente a la RS, se encontró que un 50% de las organizaciones aportan USD 97.650⁴ al año; el 33% establece que sus aportes están entre USD 16.600 y USD 32.550 al año; y un 17% indica que sus aportes a RS están comprendidos entre USD 65.426 y USD 97.650 por año. Para cerrar este ciclo de variables se visualiza que un 33,3% de las organizaciones participantes expresan tener claro que la RS es parte del plan estratégico de la empresa y así está consignado; un 33,3% no consideran este ítem dentro de su plan estratégico organizacional y el otro 33,3% no responde. Algunas respuestas dadas del por qué no consideran la RS en su plan estratégico: “...no está estipulado el compromiso de la organización con la RS; la gente no tiene conocimiento de lo que es RS; se elaboraba un presupuesto para las actividades que lidera el área de salud ocupacional, pero al momento de llevarlas a cabo no se ejecutaba el rubro correspondiente”.

3.2.2 Relación de aportes a la RS y beneficios tributarios a la luz de la normatividad colombiana

En este aparte fue necesario identificar las cifras asignadas por cada organización a los programas de RS, y hacer un paralelo entre las actividades y la normatividad, identificando los beneficios tributarios versus los aportes realizados.

⁴ Tasa de cambio de dólar a peso colombiano cuando se realizó el cálculo igual a \$3.072,2.

Con el fin de sintetizar las cifras totales destinadas en el periodo de estudio 2008-2012 y la cantidad de programas desarrollados por las organizaciones, se presenta el cuadro 4.

Cuadro 4
Porcentaje de participación
en programas de RS

Compañía		Programa	Monto aportes entre 2008-2012	% part.
GRUPO COOMEVA	CLÍNICA FARALLONES	Pacto verde colectivo "un compromiso con raíces cooperativas".	USD 3.033.690	51,6%
		Descuentos educativos.		
	COOMEVA MEDICINA PREPAGADA	Auxilios para educación formal.		
		Campañas de solidaridad.		
		Fortalecimiento e infraestructura.		
HOSPITAL ISAIAS DUARTE CANCINO		Liga de usuarios.	USD 2.744.211	46,6%
		Grupo de voluntariado.		
		Grupo adulto mayor, salud y vida.		
		Implementación del plan departamental de la infancia.		
		Acciones colectivas de promociones de la salud, prevención de riesgos, vigilancia en salud pública y fortalecimiento en gestión de salud sexual y reproductiva.		
		Atención en salud en los servicios de mediana complejidad en la especialización en oftalmología (diagnóstico, tratamiento y rehabilitación) para la población pobre no asegurada "Valle te veo bien".		
HOSPITAL SAN ROQUE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO PRADERA VALLE DEL CAUCA		Atención integral al joven.	USD 37.588	0,6%
		Promoción de la cultura de la calidad y el servicio.		
		Fortalecer la gestión del talento humano y la gestión ambiental.		
		Prevención en salud ocupacional.		
COMFANDI		Programa de inserción laboral productiva para personas con discapacidad.	UDS 71.355	1,2%
		Proyecto Foniñez-Italia.		
		Investigación y desarrollo.		
TOTAL			USD 5.886.844	100%

Fuente: (Agudelo, Cajigas, & Torres, 2016) a partir de los resultados obtenidos en la encuesta, actualizados en el 2017 y procesados mediante el software Excel.

Tal como se observa el Grupo Coomeva destinó a la RS, durante el periodo de estudio, una inversión total aproximada de USD 3.033.690, lo cual implica que tiene una participación del 51,6% frente a las demás organizaciones. Se destaca el compromiso que tiene con el desarrollo humano en términos de apoyo al sector educativo, a través de los programas de auxilios educativos y fortalecimiento de estructuras para el Colegio Coomeva; además del apoyo medio ambiental con el programa pacto verde colectivo.

De igual manera, se observa como el Hospital Isaías Duarte Cancino ESE participa con un 46,6% según el monto, y que a pesar de no contar con un informe de sostenibilidad estructurado, se logran destacar actividades que

fortalecen los lazos con la comunidad usuaria, velando por el cumplimiento de sus derechos y deberes; al mismo tiempo que crea espacios para promover estilos de vida saludables en los adultos mayores a través del programa Grupo Adulto Mayor Salud y Vida. En contraste con este dato se logra establecer que el Hospital San Roque solo participa con un 0,6%.

Por otro lado, Comfandi tiene una participación del 1,2%, destacando tres programas desarrollados entre los años 2008-2012: la inserción laboral a personas con discapacidad, con un presupuesto de inversión de USD 2.629; y los dos programas restantes son investigación y desarrollo y el proyecto Foníñez, el cual busca beneficiar a 150 niños de 0 a 6 años de edad del barrio Potrero Grande, con la implementación de un programa de promoción de los derechos y deberes de los niños de cero a seis años con un presupuesto de USD 65.483.

Una vez determinados los montos y las actividades se procedió a establecer bajo la luz de la normatividad tributaria colombiana, descuentos posibles aplicados gracias a los aportes hechos a la RS (Cuadro 5).

Cuadro 5
Actividades de RS que aplican descuento tributario

Compañía	Ley	Descuento	Programa	Monto	Total
GRUPO COOMEVA	Estatuto tributario Art. 253	Hasta el 20% de la inversión.	Pacto verde colectivo "un compromiso con raíces cooperativas".	USD 32.542	USD 1.947.827
	Estatuto tributario Art. 125	Hasta el 30% de la renta líquida del contribuyente. No aplica si es para cultura, deportes y artes.	Auxilios educativos.	USD 1.915.285	
HOSPITAL ISAIAS DUARTE CANCINO	Estatuto tributario Art. 125	Hasta el 30% de la renta líquida del contribuyente.	Promoción de los derechos humanos y la salud, prevención de riesgos.	USD 550.174	USD 550.174
COMFANDI	Ley 361 de 1997 Art. 24	Deducir de la renta el 200% del valor de los salarios y prestaciones sociales.	Programa de inserción laboral productiva para personas con discapacidad.	USD 150	USD 154,23
	Estatuto tributario Art. 125	Hasta el 30% de la renta líquida del contribuyente.	Promoción de los derechos humanos con el proyecto Foníñez-Italia.	USD 4,23	
TOTAL					USD 2.498.155,23

Fuente: (Agudelo, Cajigas, & Torres, 2016) a partir de los resultados obtenidos en la encuesta, actualizados en el 2017 y procesados mediante el software Excel.

Considerando lo anterior se procedió a realizar el cálculo aritmético multiplicando el monto destinado al desarrollo de actividades de RS, con el porcentaje establecido en el estatuto tributario, como se observa en el Cuadro 6.

Cuadro 6
Beneficios económicos por aportes en RS

	MONTO	
COMPAÑÍA	BENEFICIO ENTRE 2008-2012	% PART.
GRUPO COOMEVA	USD 32.542	1,3%
	USD 1.915.285	76,7%
HOSPITAL ISAIAS DUARTE CANCINO	USD 550.174	22%
COMFANDI	USD 150	0%
	USD 4,23	0%
TOTAL	USD 2.498.155,23	100%

Fuente: (Agudelo, Cajigas, & Torres, 2016) a partir de los resultados obtenidos en la encuesta, actualizados en el 2017 y procesados mediante el software Excel.

El resultado de este análisis indica que la mayor concentración de los descuentos tributarios se obtienen según el artículo 125 del estatuto tributario, donde indica que aquellos contribuyentes obligados a declarar renta y complementarios, pueden y tienen derecho a deducir de la misma, el valor destinado a donaciones. Se logró identificar una cifra neta de lo que se puede considerar un ahorro fiscal, para las compañías; sin embargo, es necesario aclarar que los montos hallados, son susceptibles de cambios teniendo en cuenta que sería necesario verificar que el valor del descuento tributario obtenido no supere la base de la renta líquida gravable, que en algunos casos es del 20%, 30% o 40%. Este comparativo no se logró llevar a cabo, pues uno de los limitantes encontrados en la investigación, es que las organizaciones no aportan esta información; por lo tanto, como ya se mencionó los datos que sirvieron de soporte son los emitidos por los informes de sostenibilidad.

4. Conclusiones

En este apartado se presenta la discusión de los resultados según los objetivos de investigación propuestos y que abordan las actividades de RS implementadas por las empresas participantes, el impacto de éstas en los colaboradores y la relación entre los aportes económicos a la RS y los beneficios tributarios obtenidos por su realización.

En relación a las actividades de RS que realizan las empresas participantes se encuentran: estrategias orientadas a lograr el desarrollo personal y profesional de su personal; programas que contribuyen a desarrollar la activa participación de los colaboradores; políticas que promueven la libertad de agruparse en fondos de empleados, grupos deportivos y culturales, aunque se evidencia poca participación en sindicatos; otorgamiento de bonificaciones extralegales a sus colaboradores, las cuales incentivan su compromiso con la organización; programas de salud ocupacional y política definida para no contratar menores de edad. Por otra parte, se evidencia la ausencia de políticas formales orientadas a la retención de empleados y a la preparación para la jubilación.

Tal como lo manifiestan los colaboradores, se puede concluir que en general, en las empresas encuestadas, existen estrategias orientadas a lograr el desarrollo personal y profesional de su personal, que ha conllevado a mejoras relacionadas con el aumento de las habilidades comunicativas, el crecimiento personal, mejor clima y desempeño organizacional y un efectivo servicio al cliente. Puede así percibirse por parte de las organizaciones analizadas, un efecto de la voluntariedad de asumir decisiones y acciones frente a las necesidades, intereses, satisfacciones y expectativas de este público interno, tal como lo plantean Sharma & Mishra (2019).

Los diferentes programas establecidos por las empresas en relación a la variable gestión participativa han contribuido a desarrollar la activa participación de los colaboradores en los programas de mejoramiento organizacional, incidiendo en el clima laboral. Así, a la luz de las teorías integradoras de la RS (Garriga y Melé,

2004 citados por (Alvarado, 2008) las organizaciones analizadas se preocupan por involucrar a las partes interesadas (stakeholders), en una gestión socialmente responsable, especialmente en lo que concierne a la interacción con sus empleados.

Adicionalmente, los empleados sienten que la organización permite la libertad de agruparse en fondos de empleados, grupos deportivos y culturales, pero se observa poca participación en sindicatos; y aunque no lo manifiestan en forma explícita, se pudo percibir que las organizaciones analizadas no promueven plenamente el desarrollo de sindicatos, previsto en el principio número III, del Pacto Mundial, el cual proclama la libertad de asociación y el ejercicio de la negociación colectiva para crear oportunidades para un diálogo constructivo; sin embargo, se refleja que las organizaciones trabajan en la implementación de programas que benefician la calidad de vida laboral, contribuyendo así al compromiso del empleado con la organización tal como lo plantean Galego, Formigoni & Pompa (2014).

Se corrobora que las empresas vienen desarrollando acciones orientadas a conceder bonificaciones extralegales a sus colaboradores, las cuales redundan en beneficio de ellos y en incentivar su compromiso para el desarrollo de la organización. Estas prácticas de RS están dentro de las que más valoran los colaboradores (Huang & Ming To, 2018), pues generan mayor satisfacción y compromiso que se traducen en identificación, membresía y lealtad (Hernández & Castro, 2015). Se destaca que aunque los colaboradores disfrutan de una diversidad de beneficios, la mitad de las organizaciones analizadas no cuentan con un plan de carrera, el cual es determinante del desarrollo del personal, pues aunado con la capacitación y la actualización posibilitan optimizar el talento humano, incrementando su motivación y mejorando a la vez el clima organizacional (Aguilar, Martínez, Fandiño, & Fajardo, 2007).

Por otra parte, los colaboradores sienten que la organización se preocupa por el desarrollo de la salud ocupacional, incluyendo las tres áreas: medicina preventiva, riesgos ocupacionales y seguridad industrial. Sin embargo, muchas de estas acciones son de obligatorio cumplimiento y por ende no corresponden a la RS (Cantillo & Toledo, 2017). Se evidencia entonces la importancia de implementar programas que superen el mero cumplimiento de la legislación, para así lograr la creación de un ambiente de trabajo seguro y saludable (Huang & Ming To, 2018).

En relación a la valoración de la diversidad, se pudo corroborar que las empresas participantes no tienen definidas políticas claras en contra de la discriminación y conducentes a desarrollar la equidad de género. El principio VI del pacto mundial establece: "las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación" (Pacto Mundial Red Española, 2017). De allí la necesidad de que en las organizaciones analizadas, se establezcan políticas precisas por medio de las cuales se manifieste expresamente y sin lugar a dudas, el rechazo a la discriminación de toda índole; pues como lo plantean Restrepo & Arias (2015) esta es una temática de obligatorio abordaje del área de talento humano, que generalmente lidera las acciones de RS.

Las organizaciones participantes cuentan con una política muy definida para no contratar menores de edad y solamente lo hace mediante contratos de aprendizaje, amparados por la normatividad legal. Tal como lo exigen el principio V del pacto mundial, orientado a abolir de forma efectiva el trabajo infantil, se observa una marcada tendencia de las organizaciones analizadas a respetar la edad mínima requerida por las leyes laborales nacionales, y a apoyar el desarrollo de programas educativos, de capacitación vocacional y de asesores para niños trabajadores. La claridad en esta política contribuye al fortalecimiento de la imagen cívica y de la legitimidad organizacional; constituyéndose en un factor diferenciador en el mercado competitivo (Primolan (2004 citado por (Peña, Serra, & Cardona, 2017).

Respecto del comportamiento frente a dimisiones, los empleados perciben que no existe una política formal orientada a retener a sus empleados a pesar de que algunas organizaciones tienen programas de incentivos, de desarrollo personal y profesional y plan de carrera. Esta ausencia de políticas orientadas a la retención de empleados se convierte en un asunto urgente de atender, y aun más en el entorno actual caracterizado por una hipercompetencia no solo por los recursos escasos, sino también por el talento humano. De allí, la necesidad apremiante de conocer actitudes, aptitudes y destrezas del personal con el fin de definir estrategias de administración efectivas (Gutiérrez, Rozo, & Flórez, 2019) como modelos de carrera, programas de incentivos y de orientación profesional, planes de sucesión, entre otros; todo lo anterior con miras a contar con personas con nuevas habilidades que lideren procesos de cambio al interior de la organización (Shipside, 2007); y al mismo tiempo motivadas para permanecer en ésta, lo que resulta en un mejor clima organizacional y mayor productividad (Castaño, 2018).

De igual manera, los empleados no perciben ninguna acción orientada a la preparación para la jubilación; lo cual se convierte en una razón de peso para que las organizaciones tengan en cuenta no solo la situación actual del empleado al interior de la organización, que se traduce en participación, equidad, retribución y promoción sino también su situación futura, en el caso de cumplir el tiempo de servicio (jubilación), con miras a prepararlos para esa nueva etapa de su vida como lo plantea García (1999) cuando resalta la necesidad de brindar al empleado el respeto a sus derechos fundamentales, y el equilibrio entre trabajo y vida personal; que implica asumir la responsabilidad por el empleado, cuando formalmente deja dicha condición.

Las consideraciones anteriores permiten evidenciar que las organizaciones participantes cuentan con programas que ofrecen a sus colaboradores: desarrollo personal, profesional y económico; y condiciones de trabajo seguras que generan un impacto positivo. Así mismo, cuentan con políticas claras en relación a una actuación ética que se traduce en la promoción de la equidad de género en los cargos y en la no contratación de menores de edad. Sin embargo, se deben implementar estrategias conducentes a incrementar la participación de los empleados, mejorar la gestión de la diversidad, lograr la retención del talento humano y preparar a los colaboradores que se jubilan para su vida futura.

Respecto a la relación costo beneficio de los aportes hechos a la RS, se encuentra que el 57,1% de las organizaciones no hacen aportes a la RS; el 28,6% lo hace a través de centros de investigación, redes y desarrollos propios; y el 14,3% lo hacen a través de otros medios. Este hallazgo confirma lo planteado por Peña, Serra, & Cardona (2017), cuando afirman que muchas organizaciones a nivel latinoamericano dimensionan a la RS como el cumplimiento en forma ética de las normas legales establecidas por los Estados, y no como acciones complementarias que permiten retribuir a la sociedad, la sostenibilidad en el mercado.

En relación al tipo de actividades de RS a las que destinan recursos las empresas participantes, se tiene que en su mayoría corresponden a la educación de sus colaboradores y familias, los temas ambientales y las campañas de salud y de prevención; las cuales corresponden a las prácticas de RS más comunes evidenciadas en la investigación desarrollada por Flores & Gaytán (2018). Igualmente, es relevante la inversión que realizan dichas empresas en la gestión de los sistemas de seguridad y salud ocupacional, que conlleva a prevenir y a minimizar los riesgos por su incidencia directa en la productividad y en el desempeño financiero (Jiménez, 2017).

Al indagar sobre el porcentaje de las utilidades operacionales que las empresas participantes destinan a actividades de RS se encuentra que está entre 2% y 3%, siendo éste significativo, pues generalmente está entre 1% y 2%, tratándose de una inversión y no de un costo, cuyos beneficios están representados en mejora de la competitividad y la reputación; mejor relacionamiento con los diversos stakeholders; incremento de la capacidad para atraer y retener talento y clientes; mejora de la percepción de accionistas e inversionistas y mayor motivación, compromiso y productividad de los colaboradores (Cordero, 2012); (Madorrán & García, 2016); (Gémar & Espinar, 2015).

Otro aspecto interesante de analizar es el hecho de que la mayoría de las organizaciones analizadas no integran a la RS en su plan estratégico, lo cual demuestra que la RS no se dimensiona como “un camino estratégico para valorizar las organizaciones mediante la generación de relaciones beneficiosas de largo plazo con sus diferentes stakeholders; que debe estar unida a la visión y misión organizacionales y, además, estar inmersa y reflejar los valores nucleares de las mismas” (Uribe Macias, 2018, pág. 136).

Por otra parte, al analizar la relación de aportes a la RS y beneficios tributarios a la luz de la normatividad colombiana, se encuentra que entre los años 2008 y 2012, las empresas que más invirtieron en actividades y programas de RS fueron Grupo Coomeva con una participación del 51,6%, especialmente en el ámbito educativo; y el hospital Isaías Duarte Cancino con una participación del 46,6%, centrando su atención en los programas de promoción de la salud y prevención de riesgos en la comunidad; y con un 0,6% y un 1,2% el hospital San Roque y Comfandi respectivamente, cuyos programas se enfocaron en la promoción y la prevención; la niñez y la población con discapacidad.

Con relación a los descuentos tributarios a que tienen derecho las organizaciones vía aportes en RS, la mayor concentración se obtienen según el artículo 125 del estatuto tributario; siendo el Grupo Coomeva el que se beneficia en mayor medida por invertir mayor cantidad de recursos en este propósito.

A partir del análisis anterior, se logró evidenciar en primer lugar que existe desconocimiento por parte de la persona responsable de RS acerca de los descuentos tributarios a lo que se tiene derecho; y en segundo lugar, que dentro de los programas de RS, algunos aportes hechos bajo esta denominación no cumplen los requisitos para ser considerados descuentos o beneficios tributarios, puesto que su objeto social principal es garantizar una óptima prestación del servicio para mejorar los niveles de salubridad de la población.

Los hallazgos también permiten indicar que las organizaciones no cuentan con una planeación tributaria, que permita destinar las actividades e inversiones a la RS, ajustada a los términos de la normatividad vigente con miras a ser beneficiadas por los descuentos tributarios; lo que en últimas refleja que la gerencia de las organizaciones participantes no reconocen la interacción dual existente entre la RS y el desempeño financiero; pues un buen desempeño permite implementar acciones de RS, que a su vez generan rentabilidad por las ganancias en la reputación y la reducción de riesgos (Gómez, 2008).

De igual manera, la realización de la planeación tributaria no solo permitiría a las organizaciones objeto de estudio tener un mayor control del flujo de efectivo, sino la posibilidad de generar información contable confiable que soporte la toma de decisiones en beneficio de las partes interesadas y cuya divulgación permita incrementar la legitimidad y la imagen corporativa atrayendo inversión (Mahrani & Soewarno, 2018).

Las limitaciones del estudio serían, en primer lugar, que el análisis se realizó con un número limitado de organizaciones, lo cual repercute en la validez y confiabilidad de los datos obtenidos. En segundo lugar, el trabajo con organizaciones de características diferentes obstaculiza la generalización de los resultados encontrados; y finalmente, las respuestas a algunos de los aspectos abordados en el ítem “contribución económica para la RS” del cuestionario reflejaron cierto sesgo, debido principalmente a la falta de información con la que contaba la persona encuestada. Así, hubiera sido recomendable contar con la opinión de diferentes públicos, es decir, no solo de las personas responsables de la RS sino también de quienes ejecutaban el presupuesto, con el fin de disminuir al máximo el error en la información obtenida.

La intención es que este estudio contribuya a la academia, en especial a las áreas de investigación en RS; a los estudiantes que estén interesados en conocer acerca de la realidad de la puesta en marcha de la RS en las empresas vallecaucanas y los beneficios derivados; y a los dueños y/o gerentes de empresas que quieran lograr la satisfacción de sus stakeholders a partir de una gestión de la RS, que les permita fomentar dichas relaciones a largo plazo en lugar de maximizar su beneficio a corto plazo (Gras-Gil, Palacios, & Hernández, 2016).

Finalmente, se pretende que las políticas de RS a fortalecer y a implementar en busca de la satisfacción de las demandas de las partes interesadas, manejando una relación equilibrada entre la inversión y los beneficios obtenidos, sean una fuente para desarrollar otras iniciativas de proyectos consistentes en: la puesta en marcha de los planes de acción que permitan aprovechar las oportunidades de mejoramiento encontradas con miras a gestionar efectivamente la RS; la implementación de una planeación tributaria que permita invertir racionalmente en actividades de RS y el posterior análisis de su impacto en los públicos externos; y el estudio de la RS y sus implicaciones en empresas clasificadas según ciertos aspectos, como el sector económico, el tamaño o la ubicación geográfica.

Reconocimiento

Artículo de investigación científica y tecnológica, producto de la investigación titulada “fortalecimiento de la divulgación de las prácticas de responsabilidad social, del sector servicios de Cali y Medellín, mediante la creación de un modelo de comunicación interna”, financiada por la Universidad Autónoma de Occidente, Cali – Colombia. Los resultados y algunos apartes del análisis que se mencionan en este artículo fueron divulgados en la ponencia “análisis del impacto de las prácticas de responsabilidad social en empresas de Cali, Valle del Cauca” presentada en el X Congreso Anual 2016 “la competitividad y nuevos escenarios”, organizado por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad RIICO, realizado en Puerto Vallarta – México entre el 9 y el 11 de noviembre de 2016.

Referencias bibliográficas

- Abdelmotalieb, M., Metwally, A., & Saha, S. (2018). Exploring the impact of being perceived as a socially responsible organization on employee creativity. *Management Decision*, 56(11), 2325-2340. doi:10.1108/MD-06-2017-0552
- Abenoza, S., Ayuso, S., & Soto, J. P. (2018). *Implicación de los organismos mundiales en la Responsabilidad Social Corporativa*. Universitat Pompeu Fabra, Escola Superior de Comerç Internacional, Barcelona. Obtenido de <http://mango.esci.upf.edu/DOCS/Documents-de-treball/1-Organismos-mundiales-RSC.pdf>
- Agudelo, B., Cajigas, M., & Torres, M. (2016). Análisis del impacto de las prácticas de responsabilidad social en empresas de Cali, Valle del Cauca. *X Congreso anual de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad "la competitividad y nuevos escenarios"*, (págs. 1-20). Puerto Vallarta, México. Obtenido de <https://riico.net/index.php/riico/article/view/1416>
- Aguilar, M., Martínez, Á., Fandiño, A., & Fajardo, S. (Febrero de 2007). Una visión retrospectiva y prospectiva del proceso de formación en las organizaciones. *Revista Diversitas – Perspectivas en Psicología*, 3(1), 151-174. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67930110>
- Alvarado, A. (2008). *Responsabilidades Social Empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista (Tesis doctoral)*. Universitat de València, Facultat d'Economia. Valencia - España: Universitat de València. Obtenido de <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/15170/alvarado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bour, E. (Julio - Diciembre de 2012). Responsabilidad Social de la empresa análisis del concepto. *Estudios Económicos*, XXIX(59), 1-30. Obtenido de file:///C:/Users/Pc/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaAnálisisDelConcept-5318733.pdf
- Cantillo, Y., & Toledo, Y. (2017). Línea de base de Responsabilidad Social Empresarial en Florencia, Caquetá. Una oportunidad de mejora. *Signos*, 9(2), 97-106. doi:10.15332/s2145-1389.2017.0002.06

- Castaño, L. (2018). *Relación entre alineación estratégica, cultura organizacional y procesos de gestión de talento humano que contribuyen al desarrollo de Distribuciones Pedimax S.A.S. sede Dosquebradas*. Universidad Católica de Pereira, Pereira - Colombia. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5087/1/DDMAE82.pdf>
- Chaudhary, R. (2019). Corporate social responsibility perceptions and employee engagement: role of psychological meaningfulness, safety and availability. *Corporate Governance*, 19(4), 631-647. doi:10.1108/CG-06-2018-0207
- Cordero, C. (10 de Febrero de 2012). *Pymes El Financiero*. Recuperado el 15 de Junio de 2020, de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/un-1-o-2-de-las-utilidades-para-responsabilidad-social-empresarial-lo-dira-todo-de-su-negocio/3CMY6MQPMRAKBGLB3XO7L7JTMM/story/>
- Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (Abril de 2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. (D. d. (CEPAL), Ed.) *Serie medio ambiente y desarrollo*(85), 1-81. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5621/1/S044214_es.pdf
- Flores, C., & Gaytán, M. (Julio - Diciembre de 2018). The level of corporate social responsibility in Mexican franchises. *Revista EAN*(85), 15-35. doi:10.21158/01208160.n85.2018.2046
- Galego, I., Formigoni, H., & Pompa, M. (Enero - Febrero de 2014). Corporate Social Responsibility practices at Brazilian firms. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 54(1), 12-27. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020140103>
- García, A., Guzmán, A., & Mendoza, J. (Enero - Junio de 2017). Valorando la RSE por los stakeholders-internos: caso sector de la construcción en Bucaramanga. *I+D Revista de Investigaciones*, 9(1), 107-115. Obtenido de <http://www.udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/119/130>
- García, M. (1999). *Psicología del trabajo y de las organizaciones: fundamentos psicosociales del comportamiento en las organizaciones*. España: DM Editores. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=159>
- Gémar, G., & Espinar, D. (Mayo de 2015). Communication about Corporate Social Responsibility practices and return on equity. *Revista de Empresa Familiar*, 5(1), 7-15. Obtenido de https://pdfs.semanticscholar.org/dfc0/023f28500e5dc95f081c4abb9823d4fadf18.pdf?_ga=2.142679158.259937022.1584392063-1169995035.1584392063
- Giraldo, L., Kammerer, Y., & Ríos, L. (Enero - Junio de 2016). Responsabilidad Social en Pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia. *Dimensión Empresarial*, 14(1), 123-135. doi:<http://dx.doi.org/10.15665/rde.v14i1.649>
- Gómez, F. (2008). Responsabilidad social corporativa y performance financiero: treinta y cinco años de investigación empírica en busca de un consenso. *Principios*(11), 5-22. Obtenido de <https://fundacionsistema.com/wp-content/uploads/2015/05/PPios11Francisco-Go%C2%A6%C3%BCmez-Garci%C2%A6%C3%BCa.pdf>
- Gras-Gil, E., Palacios, M., & Hernández, J. (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *Business Research Quarterly*, 19(3), 289-299. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2016.02.002>

- Gutiérrez, C., Rozo, A., & Flórez, A. (2019). Direccionamiento estratégico, una estrategia organizacional con alto impacto en el desarrollo laboral. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 7(1), 8-15. Obtenido de <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/544/pdf>
- Hernández, G., & Castro, D. (2015). Responsabilidad Social como estrategia activadora del compromiso organizacional de los trabajadores. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*(30), 123-141. Obtenido de <http://ojs.revistanegotium.org.ve/index.php/negotium/article/view/181/168>
- Huang, G., & Ming To, W. (2018). Importance-performance ratings of corporate social responsibility practices by employees in Macao's gaming industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(9), 2870-2887. doi:10.1108/IJCHM-09-2017-0600
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria. (2003). *Algunas definiciones de Responsabilidad Social Empresaria*. Córdoba - Argentina. Obtenido de [http://www.iarse.org/uploads/59069_Algunas%20Definiciones%20de%20RSE%20\(1\).pdf](http://www.iarse.org/uploads/59069_Algunas%20Definiciones%20de%20RSE%20(1).pdf)
- Jiménez, E. (2017). Evaluación financiera del sistema de seguridad y salud ocupacional en la empresa privada y su impacto económico - social. *Actualidad Contable Faces*, 20(34), 1-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/257/25749951007/html/index.html>
- Madorrán, C., & García, T. (Enero - Febrero de 2016). Corporate Social Responsibility and financial performance: the spanish case. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 56(1), 20-28. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020160103>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41-60. doi:10.1108/AJAR-06-2018-0008
- Manne, H., & Wallich, H. (1972). The modern corporation and social responsibility. *American Enterprise Institute for Public Policy Research*, 1-121. Obtenido de <https://www.aei.org/wp-content/uploads/2017/04/The-Modern-Corporation-and-Social-Responsibility-Text.pdf>
- Melé, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*(65), 50-67. Obtenido de [file:///C:/Users/Pc/Downloads/dcfichero_articulo%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Pc/Downloads/dcfichero_articulo%20(1).pdf)
- Mohr, L., Webb, D., & Harris, K. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45-72. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x>
- Moura-Leite, R., & Padgett, R. (2014). La evolución de la responsabilidad social de la empresa: Un abordaje histórico. *Revista Espacios*, 35(5), 9-14. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a14v35n05/14350409.html>
- Mozas, A., & Puentes, R. (2010). La Responsabilidad Social Corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *Revista de estudios cooperativos REVESCO*, 103, 1-25. Obtenido de <https://webs.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%20103.4%20Adoracion%20MOZAS%20y%20Raquel%20PUENTES.htm>
- Pacto Mundial Red Española. (29 de Noviembre de 2017). *UN Global Compact*. Obtenido de Diez principios del Pacto Mundial: <https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>

- Peña, D., Serra, A., & Cardona, J. (Abril - Junio de 2017). Factores determinantes del concepto de Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero del caribe colombiano. *Revista Iberoamericana de Estrategia*, 16(2), 104-124. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331251654008>
- Peña, D., Serra, A., & Cardona, J. (Julio - Diciembre de 2017). Perfil característico y responsabilidad social empresarial del sector hotelero de la región caribe colombiana. *Pensamiento & Gestión*(43), 129-149. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64653514006>
- Portales, L., & García de la Torre, C. (Junio de 2009). Evolución y alcances del concepto de Responsabilidad Social. *Humanistic Management Network*(9), 1-17. Obtenido de <file:///C:/Users/Pc/Downloads/SSRN-id2530164.pdf>
- Restrepo, F., & Arias, F. (Julio- Diciembre de 2015). Las prácticas de gestión del talento humano en empresas agropecuarias del sector bananero en Colombia. *Journal of Agriculture and Animal Sciences*, 4(2), 20-32. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?as_vis=1&q=formaci%C3%B3n+del+talento+humano&hl=es&as_sdt=1,5&as_ylo=2015#d=gs_qabs&u=%23p%3DBz1L8xE5XaMJ
- Salehi, M., Tarighi, H., & Rezanezhad, M. (2019). Empirical study on the effective factors of social responsibility disclosure of Iranian companies. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 26(1), 34-55. doi:10.1108/JABES-06-2018-0028
- Sharma, S., & Mishra, P. (2019). Hotel employees' perceptions about CSR initiatives and there potential to support the skill India initiative. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(1), 78-86. doi:10.1108/WHATT-10-2018-0064
- Shipside, S. (Julio de 2007). How to keep the cream of the crop? *Newspaper Technique*, 14-17. Obtenido de file:///C:/Users/Pc/Downloads/E_14-17_0707_e_low.pdf
- Uribe Macias, M. E. (Enero - Junio de 2018). La Responsabilidad Social Empresarial y el enfoque estratégico de la organización: evidencia empírica de dos sectores. *Revista Tendencias*, XIX(1), 113-139. doi:<http://dx.doi.org/10.22267/rtend.181901.90>
- Valenzuela, L., Jara-Bertin, M., & Villegas, F. (Mayo - Junio de 2015). Prácticas de Responsabilidad Social, reputación corporativa y desempeño financiero. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020150308>
- Vives, A. (2013). *Una mirada crítica a la Responsabilidad Social de la Empresa en Iberoamérica* (Vol. II). Washington: Cumpetere. Obtenido de <http://www.cumpetere.com/wp-content/uploads/2018/02/Mirada-Critica-final-1.pdf>
- Volpentesta, J. R. (2016). Confluencia de teorías en torno a la responsabilidad social empresaria (RSE). *Ciencias Administrativas*(8), 1-16. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511653788005>